



**Sistema Nazionale
per la Protezione
dell'Ambiente**



Le attività di comunicazione e informazione delle Agenzie ambientali

Risultati del questionario

settembre 2015

Le attività di comunicazione e informazione delle agenzie ambientali

Risultati del questionario

A cura di:

Gruppo di lavoro "Comunicazione"

SISTEMA NAZIONALE per la PROTEZIONE dell'AMBIENTE (SNPA)

ARTA Abruzzo – Nadia Miriello

ARPA Basilicata – Anna Caterina Cammarota

APPA Bolzano – Nadia Franzoi

ARPA Calabria – Marco Cosentini

ARPA Campania – Andrea Tafuro

ARPA Emilia Romagna – Mauro Bompani

ARPA Friuli Venezia Giulia – Sergio Sichenze

ARPA Lazio – Luigi Chialvo

ARPA Liguria - Federico Grasso

ARPA Lombardia – Antonella Masala, Alessandra Negriolli

ARPA Marche – Rita Simeoni

ARPA Molise – Amalia Damiano

ARPA Piemonte – Elisa Bianchi, Loredana Lattuca

ARPA Puglia – Luigi Carrino

ARPA Sardegna – Carmine Sau

ARPA Sicilia – Lillo Di Chiara

ARPA Toscana – Marco Talluri

APPA Trento – Jacopo Mantoan

ARPA Umbria – Fabio Mariottini

ARPA Valle d'Aosta – Sara Favre

ARPA Veneto – Riccardo Guolo

ISPRA - Attilio Castellucci, Renata Montesanti , Cristina Pacciani

Indice

| | |
|---|----|
| Indice | 3 |
| Premessa | 4 |
| Strutture dedicate alle attività di comunicazione e informazione | 6 |
| Le funzioni relative alla comunicazione ed informazione svolte nelle agenzie..... | 9 |
| Le attività che seguono procedure di qualità ISO 9001..... | 11 |
| Immagine coordinata | 12 |
| Comunicazione interna..... | 13 |
| I rapporti con i media | 14 |
| I rapporti con il pubblico | 16 |
| La diffusione di notizie attraverso newsletter e riviste | 20 |
| Il sito Web..... | 21 |
| La diffusione dei dati ambientali | 22 |
| Informazioni ambientali sulle APP..... | 24 |
| La presenza sui social media | 25 |
| Conclusioni | 33 |

Premessa

Le agenzie ambientali costituiscono una realtà relativamente giovane. Le più “vecchie” hanno vent’anni, la più giovane neppure dieci. La loro conoscenza da parte dell’opinione pubblica è piuttosto limitata. Ancora più contenuta è la capacità di influire sulla “agenda” delle scelte politiche ed istituzionali in campo ambientale. Il fatto che la loro riforma sia in discussione in Parlamento da diverse legislature ne costituisce un esempio.

Ancora minore è la visibilità delle agenzie come “Sistema Nazionale della Protezione Ambientale” (SNPA), che è una realtà quasi del tutto sconosciuta all’esterno del mondo delle agenzie. Solo recentemente è stato definito un logotipo del SNPA, ed ora è necessario definire le linee guida per la sua utilizzazione, con l’intento di favorire la crescita di una immagine di “Sistema” delle agenzie ambientali.

D’altra parte le agenzie operano in un contesto socio-politico sempre più complesso e difficile. Da una parte c’è sempre maggiore attenzione e sensibilità nei confronti dell’ambiente, ed ancor di più riguardo ai rischi per la salute delle persone derivanti dallo stato dell’ambiente e dalle fonti di pressione (industrie, impianti di gestione dei rifiuti, aree da bonificare, ecc.). Dall’altra pesa fortemente la “sfiducia” di base maturata in questi anni nei confronti di tutta la pubblica amministrazione e la tendenza ancor più accentuata alla crescente conflittualità sui temi ambientali.

Le agenzie si devono frequentemente confrontare con le critiche dei cittadini, delle aziende, dei comitati, degli amministratori e dei politici, che sovente esprimono giudizi sul loro operato, che considerano non conforme alle loro aspettative.

Uno dei compiti fondamentali delle agenzie ambientali è quello di contribuire a formare la conoscenza sull’ambiente. Le agenzie raccolgono ogni giorno una grande quantità di informazioni e di dati attraverso il monitoraggio dello stato dell’ambiente ed il controllo sulle fonti di pressione sui complessi sistemi ambientali. Questi dati vengono validati, cioè se ne attesta la correttezza delle procedure di acquisizione e restituzione, e raccolti in apposite banche dati. Segue, abitualmente, la produzione di rapporti analitici di sintesi, anche attraverso l’utilizzo di tecniche quali la modellistica o l’applicazione di modelli interpretativi condivisi, ma anche in forme sintetiche di presentazione (mappe tematiche, infografiche, ecc).

L’insieme di queste informazioni/dati vanno a costituire veri e propri sistemi informativi che debbono essere messi a disposizione del pubblico, come previsto dalla normativa europea (Convenzione di Aarhus, Direttiva 2003/4/CE sull’accesso del pubblico all’informazione ambientali) e da quella nazionale (Decreto legislativo 195/2005), anche in formati aperti tali da poter essere riutilizzati anche da parte di altri soggetti (*open data*). Sulla base di queste stesse normative, per le agenzie ambientali diffondere l’informazione ambientale disponibile, con un’attività di comunicazione e informazione proattiva, è un dovere.

L’informazione ambientale costituisce quindi un obiettivo strategico delle agenzie ambientali, che si traduce nell’impegno di mettere a disposizione di tutti (istituzioni, imprese, associazioni, cittadini) informazioni (notizie, approfondimenti, report) e dati derivanti dalle proprie attività istituzionali (monitoraggio, controllo e supporto all’amministrazione attiva) in modo: tempestivo, esauriente, facilmente fruibile e comprensibile.

Nella “dialettica” tra dati primari pubblicati in formato aperto (necessariamente destinati a pubblici di esperti, che ne ricavano conoscenze, informazioni strutturate, fonti di attività economiche) ed elaborazioni secondo criteri e logiche di comunicazione per i diversi pubblici delle Arpa, si rende possibile la verifica della terzietà e della affidabilità delle Agenzie, e si realizza il loro dare conto del proprio operato (la *accountability*). Si “sdoppia” così la comunicazione delle attività agenziali, tra una attività di puro servizio pubblico ed una di comunicazione che segue le logiche dei media ai quali i diversi prodotti elaborati sono destinati.

In questo modo si rendono disponibili alle istituzioni e alla società civile (associazioni, politica, imprese, media, università e ricerca, scuole e singoli cittadini) un bagaglio di informazioni comuni da “leggere” secondo i diversi punti di vista, rafforzando così la terzietà che caratterizza e distingue le agenzie ambientali.

Si tratta di informazioni utili per dar vita ad azioni amministrative di breve periodo (ad esempio le limitazioni del traffico a causa di livelli di inquinamento atmosferico elevati o i divieti di balneazione in presenza di livelli di inquinamento del mare superiori ai limiti previsti), ma anche di medio periodo (come i piani di risanamento della qualità dell'aria delle nostre città, dei fiumi o dell'inquinamento acustico). Inoltre costituiscono dati di riferimento per l'orientamento dell'opinione pubblica e la formazione di decisioni politiche di carattere strategico sulle tematiche ambientali. Rispetto al modello [DIPSR](#) (Determinanti, Impatti, Pressioni, Stato, Risposte), costituiscono delle Risposte per il miglioramento dello Stato dei sistemi ambientali.

Una certa discontinuità e disomogeneità temporale e spaziale, l'attenzione doverosa alla completezza e validazione del dato, però a volte a scapito della sua tempestività e chiarezza, sono elementi sui quali il Sistema delle agenzie e le loro strutture di comunicazione sono attive per sviluppi e miglioramenti.

Le agenzie ambientali hanno notevoli potenzialità di comunicazione. Spesso si vive una condizione frustrante: di essere depositari di dati - che sono il frutto di un duro e qualificato lavoro quotidiano - che poi sono utilizzati da altri (ad esempio le associazioni ambientaliste) per promuovere iniziative eclatanti, che hanno una grande risonanza mediatica. Sono inoltre gli stessi operatori delle agenzie che hanno bisogno di dare un senso compiuto al proprio lavoro, e sono poi le stesse agenzie che hanno bisogno di costruirsi una immagine, una autorevolezza che non può prescindere dal "far conoscere" le attività pregevoli e qualificate che fanno quotidianamente.

Oggi la realtà delle agenzie ambientali nel campo della comunicazione e dell'informazione è molto variegata.

Le esperienze positive, sia pure importanti, attuate da alcune agenzie, non sono comunque sufficienti, per poter ottenere risultati rilevanti; occorre che tutto il Sistema Nazionale della Protezione Ambientale riesca ad acquisire maggiore visibilità ed efficacia comunicativa.

Per fare questo è indispensabile “fare squadra”, cioè fare in modo che le agenzie mettano in comune le esperienze più avanzate e comunichino in modo coordinato facendo “massa critica”, almeno sui temi che investono mediaticamente la società, nonché su taluni eventi (ad es. la prossima Conferenza di Parigi sul clima).

Con tali finalità è stato costituito dal Consiglio federale del SNPA il gruppo di lavoro (GdL) “Comunicazione”, al quale partecipano tutte le agenzie ambientali.

Fra i primi impegni del GdL c'è stato quello di somministrare a tutte e 22 le agenzie ambientali (Ispra-Appa-Arpa) del SNPA un questionario sulle attività di comunicazione, realizzando una ricognizione degli strumenti di comunicazione delle agenzie e delle migliori pratiche di diffusione dell'informazione ambientale.

Questa raccolta di notizie è preliminare alla definizione delle opportune modalità di "messa in rete" per sviluppare azioni integrate di comunicazione e diffusione dell'informazione ambientale del SNPA. Infatti, dopo una approfondita fase esplorativa il GdL individuerà in dettaglio per ogni tipologia di attività comunicativa svolta le opportunità di collaborazione/coordinamento.

Il presente rapporto illustra i risultati del questionario diffuso e compilato nei mesi di giugno/luglio 2015.

Strutture dedicate alle attività di comunicazione e informazione

La situazione registrata è piuttosto diversificata fra le varie Agenzie. Solamente 8 hanno una organizzazione più matura, orientata a svolgere in modo integrato tutte le attività di comunicazione ed informazione rivolte ai diversi pubblici (personale, cittadini, *stakeholder*, media), con una struttura alla quale sono attribuite responsabilità relative a tutte le sue principali funzioni (comunicazione interna, relazioni con il pubblico, relazioni con i media, comunicazione istituzionale, gestione siti Web e social media, produzione editoriale, organizzazione di eventi, immagine coordinata, ecc).

Prevalentemente ciò accade in diverse delle agenzie più grandi. In tutti questi casi le strutture riferiscono direttamente alla Direzione generale, con un chiaro riconoscimento della loro funzione strategica. Tuttavia, solamente 6 di queste agenzie, impegnano in tali attività almeno 5 o più persone, avendo quindi una struttura di un certo peso. In 5 di esse la responsabilità della struttura è attribuita ad un dirigente.

Al contrario in 7 casi, nelle agenzie di più piccole dimensioni, le funzioni di comunicazione sono svolte prevalentemente da parte di personale (1/2 unità in genere) inserito nelle segreterie dei direttori generali o di quelli tecnici.

In altri 7 casi le funzioni della comunicazione ed informazione sono articolate fra varie strutture (o addetti), anche dipendenti da diverse direzioni, con evidente condizione di difficile coordinamento.

Anche in presenza di una struttura dedicata alla comunicazione, non sempre le attività di relazioni con il pubblico e di ufficio stampa sono inserite in essa. Ancora più frequentemente le attività relative alla diffusione dei dati ambientali sono curate da settori tecnici.

Complessivamente sono 155 le persone impegnate in attività di comunicazione ed informazione: 15 dirigenti e 140 operatori del comparto (anche se c'è un margine di incertezza su questo numero, tenendo conto che laddove sono presenti più strutture, alcuni svolgono anche attività diverse), di cui 40 hanno fra le proprie competenze professionali anche quelle relative all'iscrizione all'ordine dei giornalisti (prevalentemente come pubblicisti).

Una criticità evidente, presente in quasi tutte le agenzie (ad eccezione solo di 2) è che tutto il personale impegnato nelle attività di comunicazione è centralizzato presso la sede direzionale e non ci sono operatori della comunicazione presso le sedi territoriali. In esse, se ci sono attività comunicative da seguire (in special modo relazioni con i cittadini) si sopperisce con altro personale. In due casi c'è un qualche rapporto funzionale fra la struttura dedicata alla comunicazione e personale presente sul territorio per le attività di relazioni con il pubblico.

La dimensione dell'Agenzia (numero dipendenti) è certamente un fattore determinante per definire l'organizzazione delle attività di comunicazione e informazione, anche se in alcune agenzie piuttosto grandi la comunicazione non ha comunque una strutturazione adeguata, ovvero è dispersa fra varie strutture.

Ecco alcune delle denominazioni adottate per le strutture dedicate o applicate alla comunicazione:

- Affari istituzionali, pianificazione e comunicazione (Arpa Emilia Romagna)
- Comunicazione (Ispra)
- Comunicazione e informazione (Arpa Puglia)
- Comunicazione istituzionale (Arpa Piemonte)
- Comunicazione istituzionale, URP ed educazione ambientale (Arpa Sardegna)
- Comunicazione, informazione e documentazione (Arpa Toscana)
- Comunicazione, promozione e diffusione della cultura ambientale e scientifica (Arpa Umbria)
- Informazione, comunicazione, educazione ambientale (Arpa Basilicata)

- Marketing comunicazione formazione (Arpa Liguria)
- Pianificazione, progettazione e sviluppo (Arpa Veneto)
- Rapporti con il pubblico - URP (Ispra, Arpa Veneto)
- Relazioni con il pubblico e diritto alle informazioni (Arta Abruzzo)
- Relazioni esterne (Arpa Lazio)
- Relazioni istituzionali, comunicazione ed educazione ambientale (Arpa Lombardia)
- SIRA, formazione e informazione ambientale (Arta Abruzzo)

| Agenzia | n. dipendenti al 31.12.2014 (a tempo ind.) | organizzazione comunicazione | dirigenti | comparto | totale |
|-----------------------|---|--|------------------|-----------------|---------------|
| Abruzzo | >200<=500 | Più strutture con competenze articolate | 0 | 3 | 3 |
| Basilicata | 129 | Più strutture con competenze articolate | 1 | 6 | 7 |
| Bolzano | 197 | 1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture) | 0 | 2 | 2 |
| Calabria | 298 | Un'unica struttura dedicata | 0 | 3 | 3 |
| Campania | 587 | Un'unica struttura dedicata | 1 | 9 | 10 |
| Emilia Romagna | 1.015 | Un'unica struttura dedicata | 1 | 8 | 9 |
| Friuli Venezia Giulia | 329 | Più strutture con competenze articolate | 0 | 9 | 9 |
| Ispra | 1.182 | Più strutture con competenze articolate | 3 | 38 | 41 |
| Lazio | 457 | Più strutture con competenze articolate | 2 | 4 | 6 |
| Liguria | 346 | Più strutture con competenze articolate | 1 | 3 | 4 |
| Lombardia | 1.050 | Un'unica struttura dedicata | 1 | 8 | 9 |
| Marche | 242 | 1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture) | 0 | 2 | 2 |
| Molise | <= 200 | 1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture) | 0 | 2 | 2 |
| Piemonte | 1.039 | Un'unica struttura dedicata | 0 | 5 | 5 |
| Puglia | 243 | 1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture) | 0 | 2 | 2 |
| Sardegna | 361 | 1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture) | 0 | 2 | 2 |
| Sicilia | 355 | Un'unica struttura dedicata | 1 | 4 | 5 |
| Toscana | 706 | Un'unica struttura dedicata | 1 | 17 | 18 |
| Trento | 115 | 1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture) | 0 | 3 | 3 |
| Umbria | 208 | Un'unica struttura dedicata | 1 | 2 | 3 |

| | | | | | |
|---------------|-----|---|------------|------------|------------|
| Valle d'Aosta | 78 | 1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture) | 0 | 1 | 1 |
| Veneto | 989 | Più strutture con personale parzialmente dedicato | 2 | 7 | 9 |
| Totale | | | 155 | 140 | 155 |

| organizzazione | n. agenzie | dirigenti | comparto | totale |
|--|------------|-----------|------------|------------|
| 1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture) | 7 | - | 14 | 15 |
| Più strutture con competenze articolate | 7 | 9 | 70 | 79 |
| Un'unica struttura dedicata | 8 | 6 | 56 | 62 |
| Totale | 22 | 15 | 140 | 155 |

| Zona | n. agenzie | dirigenti | comparto | totale |
|---------------|------------|-----------|------------|------------|
| Nord | 9 | 5 | 46 | 51 |
| Centro | 5 | 7 | 63 | 70 |
| Sud e Isole | 8 | 3 | 31 | 34 |
| Totale | 22 | 15 | 140 | 155 |

| dimensioni agenzie (n. dipendenti) | n. agenzie | dirigenti | comparto | totale |
|------------------------------------|------------|-----------|------------|------------|
| <= 200 | 5 | 1 | 14 | 15 |
| >200<=500 | 10 | 5 | 34 | 39 |
| >500<=1000 | 2 | 4 | 33 | 37 |
| >1000 | 4 | 5 | 59 | 64 |
| Totale | 22 | 15 | 140 | 155 |

| dimensioni agenzie (n. dipendenti) | Organizzazione della comunicazione | | |
|------------------------------------|--|---|-----------------------------|
| | 1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture) | Più strutture con competenze articolate | Un'unica struttura dedicata |
| <= 200 | 4 | 1 | |
| >200<=500 | 3 | 4 | 3 |
| >500<=1000 | | 1 | 2 |
| >1000 | | 1 | 3 |
| Totale | 7 | 7 | 8 |

Le funzioni relative alla comunicazione ed informazione svolte nelle agenzie

In sede di predisposizione del questionario sono state individuate le seguenti funzioni relative alla comunicazione ed informazione che comprendono un po' tutti gli aspetti di una effettiva comunicazione integrata di un ente/impresa:

- piano annuale di comunicazione integrata dell'Agenzia
- relazioni con i media (ufficio stampa)
- monitoraggio e analisi periodica dell'immagine dell'Agenzia sui media
- rapporti con il pubblico (URP) attraverso sportello informativo (numero verde, casella mail, ecc.)
- gestione degli esposti/segnalazioni problemi ambientali
- gestione dei reclami
- comunicazione istituzionale con le parti interessate e con la società civile
- comunicazione interna
- gestione della intranet
- immagine coordinata
- progettazione, realizzazione e gestione del sito Web istituzionale
- diffusione dei dati ambientali prodotti, anche attraverso la pubblicazione sul web dei contenuti delle banche dati e del reporting agenziale
- organizzazione e partecipazione a eventi (convegni, esposizioni, manifestazioni, incontri pubblici ed istituzionali, ecc.)
- produzione editoriale (pubblicazioni, opuscoli, depliant, cd-rom, ecc.);
- sistema di ascolto (monitoraggio delle attese e della soddisfazione dei clienti e delle parti interessate);
- Amministrazione trasparente
- produzione materiali multimediali.

Complessivamente le attività svolte – da strutture e/o addetti dedicati alla comunicazione - da tutte (o quasi) le agenzie sono quelle relative alla produzione editoriale, all'organizzazione e partecipazione ad eventi, alle relazioni con la stampa, alla diffusione dei dati ambientali ed alla gestione del sito Web. Da notare, comunque, che le uniche due attività svolte proprio da tutte le agenzie sono quelle a carattere più "tradizionale", cioè la produzione editoriale e l'organizzazione di eventi.

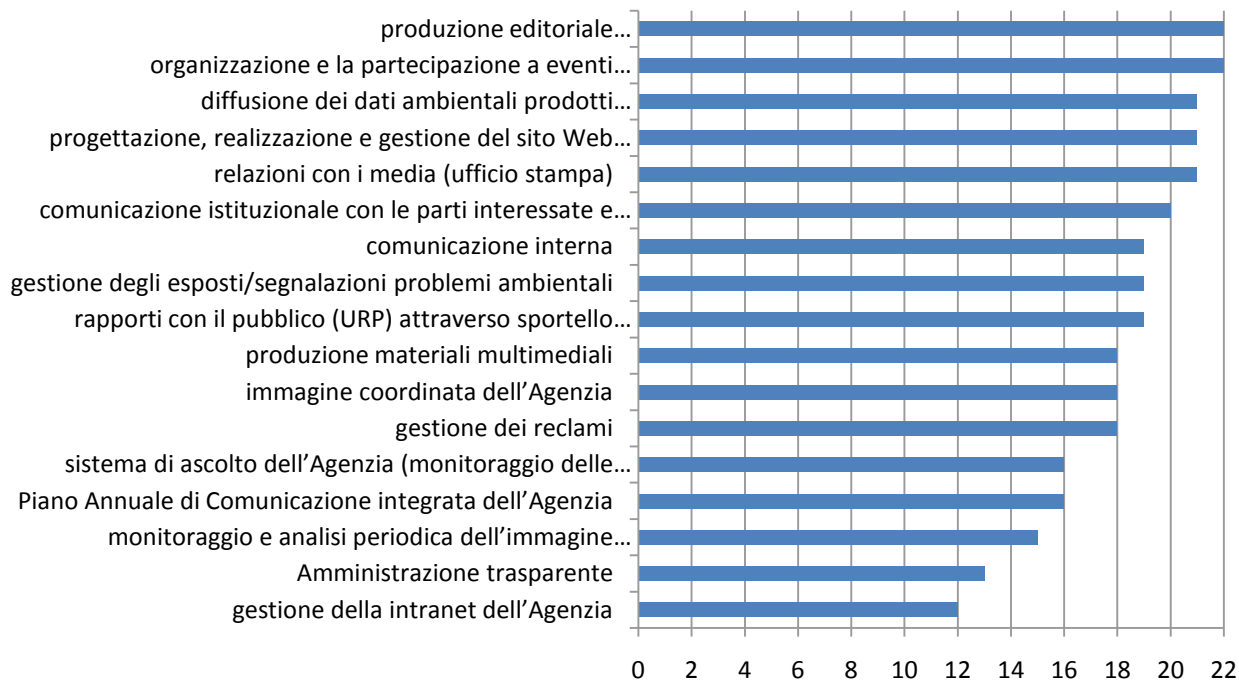
All'opposto, le attività svolte solamente da poco più del 50% di queste strutture/addetti sono quelle relative agli adempimenti relativi alla "amministrazione trasparente" previsti dal D.Lgs. n.33/2013, che probabilmente sono stati considerati più problemi di carattere amministrativo/giuridico che comunicativo, ed alla gestione della intranet (che in molti casi non esiste).

Per diverse delle attività indicate (es. gestione degli esposti e dei reclami) si tratta di funzioni molto probabilmente gestite, ma in altri ambiti agenziali, ed in particolare a livello tecnico nelle strutture territoriali. Lo stesso avviene, peraltro, in non pochi casi anche per quanto riguarda quella che è una competenza fondamentale per le attività di comunicazione e cioè le relazioni con il pubblico (URP). Non a caso previste dalla legge 150/2000, che disciplina le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni, come cardine di tali attività, insieme a quelle relative all'ufficio stampa.

Di fatto quindi, accade in diversi casi che il rapporto con i cittadini non sia organizzato e gestito da personale che ha una specifica professionalità di comunicatore, ma trattato – anche occasionalmente – dal personale tecnico, che ha altre competenze ed incombenze prevalenti.

Al di là delle dichiarazioni riportate nella prima parte del questionario compilato, poi i singoli filoni di attività sono stati visti con singoli gruppi di domande che hanno permesso di capire meglio le attività svolte dalle varie agenzie, facendo intravedere luci ed ombre e possibili opportunità di miglioramento.

Funzioni svolte dalle strutture / addetti alla comunicazione ed informazione delle agenzie ambientali



Le attività che seguono procedure di qualità ISO 9001

Molte delle agenzie ambientali hanno i propri sistemi di gestione per la qualità certificati. La certificazione attesta che un prodotto, un processo o un servizio è conforme ad una specifica norma o documento normativo, in particolare per questo tipo di attività alla norma ISO 9001.

Un'organizzazione con un sistema di gestione certificato, quindi, si impegna a fornire con continuità prodotti che sono in conformità con i requisiti applicabili e mira ad aumentare la soddisfazione del cliente.

La certificazione viene rilasciata da organismi di certificazione, che agiscono quale terza parte indipendente rispetto all'impresa certificata e che periodicamente verificano il rispetto degli impegni presi attraverso specifici audit.

In particolare fra le 8 agenzie che hanno dichiarato di operare nell'ambito di sistemi di gestione di qualità che riguardano anche le attività di comunicazione sono solamente 2 le agenzie (Ispra e Arpa Toscana) che hanno procedure di carattere generale che regolano tali attività:

- “[Realizzazione delle attività di comunicazione e informazione](#)”, che definisce, descrive e regola la realizzazione delle attività di comunicazione e informazione in favore del personale dell'Agenzia e degli interlocutori esterni.
- “Organizzazione e pianificazione delle attività del Servizio Comunicazione”, che descrive i compiti e le responsabilità del personale del Servizio Comunicazione e come vengono organizzate e gestite le attività di pertinenza al suo interno.

6 le agenzie (Ispra, Arpa Campania, Emilia Romagna, Marche, Toscana e Veneto) che hanno procedure (alcune anche disponibili sul Web) che governano specifiche attività di comunicazione, quali:

- Aggiornamento della Carta dei servizi
- [Gestione degli esposti](#)
- [Gestione dei contatti con il pubblico](#)
- Gestione dei contenuti del sito Web
- [Gestione dei reclami e dei suggerimenti](#)
- Gestione della casella di posta elettronica
- Gestione della newsletter
- Gestione delle giornate della trasparenza
- [Monitoraggio della soddisfazione del cliente](#)
- Organizzazione e pianificazione degli eventi
- Organizzazione e pianificazione delle attività dell'ufficio grafica
- [Registrazione dei reclami](#)
- [Soddisfazione del cliente](#)

Immagine coordinata

L'immagine di una qualsiasi azienda, ente o attività commerciale che interagisce con un pubblico esterno consiste nelle diverse espressioni e/o manifestazioni esteriori che sono percepite, quando ogni elemento è coerente con l'altro si parla di immagine coordinata. Più semplicemente è "l'abito" che indossa un'impresa pubblica o privata per farsi riconoscere da persone esterne ad essa.

Non è sufficiente costruire la propria immagine con la definizione di un solo elemento come il marchio o il logotipo, ma è necessario abbinare ad esso una serie di elementi che mostrino una coerenza e una riconoscibilità immediata. In questo modo ogni prodotto aziendale sarà direttamente ricondotto all'ente in questione.

L'immagine coordinata è quindi il mezzo attraverso il quale, a prescindere dalla complessità e dalle dimensioni di questi fenomeni di comunicazione, l'immagine risultante è percepita all'esterno come proveniente dalla stessa entità. La coerenza semiotica di questa attività rende più efficiente il processo comunicativo perché fornisce ai destinatari precisi punti di riferimento, ma soprattutto induce un processo di progressivo riconoscimento dell'azienda e della sua attività.

L'immagine coordinata è l'identità inviolabile di un qualsiasi operato, di una qualsiasi attività, è la firma che determina la paternità di precisi prodotti e atteggiamenti, è la carta di identità di un'azienda.

Il Manuale di immagine coordinata è uno strumento che regola in modo organico e vincolante l'uso degli strumenti di comunicazione, dal marchio al logotipo, alla impostazione grafica della carta intestata, buste da lettera, biglietti da visita, cover fax ecc. Tutti i soggetti coinvolti devono attenersi alle linee guida ed alle regole contenute nel manuale.

Per quanto riguarda le agenzie ambientali, solamente 5 (Arpa [Calabria](#), Lombardia, Piemonte, [Toscana](#) e Veneto) hanno un proprio manuale di immagine coordinata (in 2 casi disponibile sul Web e negli altri sulle intranet) ed altre 2 (Appa Bolzano e Arpa Sardegna) hanno affermato di seguire quello delle ente di riferimento (Regione o Provincia). In alcuni casi (ad es. Arpa Basilicata) non esiste un manuale vero e proprio ma indicazioni sulle modalità di utilizzo del logo ed alcune sue applicazioni.

In definitiva, solamente una ristretta minoranza di agenzie ha dedicato una qualche attenzione a questo strumento essenziale per la comunicazione dell'ente. Può sembrare un aspetto marginale, rispetto a problemi tanto più rilevanti che si possono avere in queste organizzazioni, ma in termini di visibilità, di identità riconosciuta all'esterno costituisce invece un aspetto molto importante che può avere ricadute significative. Naturalmente tutto ciò si collega alla relativamente "giovane" età delle agenzie, tutte nate negli ultimi venti anni.



sopra esempio pagina Manuale Immagine coordinata ARPA Veneto

Comunicazione interna

Un'organizzazione aperta e trasparente, in grado di comunicare, e quindi di dialogare con l'esterno, deve essere prima di tutto in grado di comunicare al proprio interno, attraverso la comunicazione calda (cioè diretta, di persona) e fredda (mediata attraverso i diversi strumenti di comunicazione).

Solo recentemente ha iniziato a diffondersi questa consapevolezza, sia nelle imprese che nella pubblica amministrazione, che intende esplicitare e valorizzare anche le comunicazioni informali tra le persone, al di fuori dalla catena gerarchica.

La buona conduzione dei processi relazionali interni si fonda sulla consapevolezza che ciascun dipendente ha di essere parte di un'organizzazione e quindi sulla necessità che il personale sia motivato e reso partecipe dell'iter dei processi che spesso il singolo segue solo per alcuni segmenti.

Per questo è essenziale che anche la comunicazione interna sia gestita adeguatamente assicurando tempestività (informare prima il personale e poi l'esterno), continuità e sistematicità.

La Intranet è una componente essenziale della comunicazione interna.

In questo caso dal questionario risulta che 17 agenzie hanno la propria, diventano 18 con un'agenzia che utilizza quella dell'ente istituzionale di riferimento.

L'argomento meriterà nel prossimo futuro un qualche approfondimento, tuttavia, in quanto – sia pure sulla base delle poche informazioni disponibili – non sembra che, in quasi tutti i casi, questi strumenti siano particolarmente evoluti in termini di “lavoro collaborativo” (chat, forum, ecc.) ovvero di coinvolgimento attivo del personale.

In 16 agenzie, risultano esserci anche altri strumenti di comunicazione interna.

I rapporti con i media

Praticamente tutte le agenzie producono regolarmente comunicati stampa, anche se con una frequenza che è piuttosto diversificata. Nel complesso sono stati diffusi nel 2014 circa mille comunicati da parte delle agenzie ambientali. Fra coloro che hanno fornito un dato puntuale, risulta una media di circa 50 comunicati diffusi nel corso del 2014, anche se tre agenzie ne hanno prodotti più di cento, e otto meno di 25.

In quasi tutte le agenzie (con tre eccezioni) chi si occupa della comunicazione (strutture o addetti dedicati) si relaziona quotidianamente con i giornalisti, fungendo da tramite tra l'Istituto e i media stessi. Questa attività è particolarmente rilevante ed impegnativa, in quanto richiede l'individuazione dell'interlocutore idoneo a fornire la risposta a quanto richiesto e tempestività nelle risposte da fornire, in particolare in presenza di situazioni di emergenze ambientali nazionali, regionali e locali. Questa attività si concretizza nel fornire interviste, pareri tecnici, partecipazioni a trasmissioni tv o a telegiornali, articoli e consente di comprendere meglio e di verificare, insieme alla rassegna stampa, quale sia l'effettivo "ritorno" e l'interesse di quello che presentiamo ai media. In alcuni casi, poi, l'addetto stampa è una vera e propria interfaccia "unica" nei confronti dei media, nel senso che è delegato, nella maggior parte dei casi, a dialogare con i colleghi giornalisti, sulla base delle informazioni fornitegli dalla struttura tecnica e territoriale.

In ogni caso c'è molta attenzione riguardo a quello che appare sulla stampa. Anche in questo caso tutte le agenzie (ad eccezione di quattro) hanno una rassegna stampa (metà delle agenzie la producono internamente e l'altra metà usufruisce di servizi esterni), che viene diffusa in 2/3 dei casi a tutto il personale, in particolare utilizzando la Intranet, mentre nelle altre agenzie viene distribuita solamente ai direttori ed ai dirigenti. In un caso (Arpa [Calabria](#)), la rassegna viene pubblicata sul Web.

In tutte le agenzie gli articoli che appaiono sulla stampa e che evidenziano problemi relativi all'attività dell'Agenzia vengono evidenziati alle strutture dell'ente interessate dalle critiche, anche per valutare eventuali repliche.

| | L'Agenzia produce regolarmente comunicati stampa? | In caso affermativo, quanti ne ha diffusi nel 2014? |
|-----------------------|--|--|
| Abruzzo | si | 15 |
| Basilicata | si | 16 |
| Bolzano | si | 60 |
| Calabria | si | 73 |
| Campania | si | 6 |
| Emilia Romagna | si | 80 |
| Friuli Venezia Giulia | si | 32 |
| Ispra | si | 27 |
| Lazio | si | 11 |
| Liguria | si | 70 |
| Lombardia | si | 118 |
| Marche | si | 8 |
| Molise | si | 20 |
| Piemonte | si | 24 |
| Puglia | si | 6 |
| Sardegna | no | - |

| | | |
|---------------|----|------------|
| Sicilia | SI | 24 |
| Toscana | si | 122 |
| Trento | si | 30 |
| Umbria | si | 24 |
| Valle d'Aosta | no | - |
| Veneto | si | 220 |
| | | 986 |

Rassegna **Stampa**



www.arpab.it

I rapporti con il pubblico

Assicurare la gestione dei rapporti con il pubblico (URP) è uno dei compiti fondamentali del settore comunicazione di un qualsiasi ente, e quindi anche delle agenzie ambientali.

I cittadini possono rivolgersi ad un'agenzia ambientale per richiedere informazioni sulle attività svolte dalla stessa o segnalazioni di problematiche ambientali. Un *front-office* con il pubblico è comunque indispensabile, può essere gestito in modo ben organizzato o – nella situazione estrema peggiore – lasciato al caso, ovvero può articolarsi con modalità intermedie fra questi due “estremi”.

In ogni caso, se l'agenzia opera sul territorio, è presente e conosciuta, inevitabilmente dovrà rispondere alle richieste dei cittadini, che in qualche modo si metteranno in contatto con l'organizzazione. E' un loro diritto e per l'ente è un dovere quello di rispondere. Il modo con cui questo si organizza e risponde è già di per sé un motivo di soddisfazione/insoddisfazione da parte delle persone nei suoi confronti.

L'URP deve costituire l'interfaccia fra interno ed esterno dell'Agenzia, al fine di rendere più semplice e accessibile il servizio e permettere al contempo al personale tecnico di svolgere i propri compiti d'istituto. Ciò significa che l'URP non è un “centralino evoluto” che smista le chiamate ai vari settori dell'Agenzia, ma deve essere in grado di rispondere direttamente alle richieste che pervengono, utilizzando gli strumenti a disposizione (FAQ ambientali, sito Web, ecc).

Con alcune domande del questionario si è cercato di verificare qual è la situazione nelle diverse agenzie.

Il primo aspetto indagato è se esiste un numero di telefono dedicato al pubblico oppure no. In caso negativo, evidentemente significa che i contatti avvengono attraverso il centralino, che poi li smisterà a gli uffici che riterrà più opportuni. Qualora invece ci sia un numero dedicato, significa che l'agenzia ha organizzato un specifico servizio.

La risposta è affermativa in circa due terzi dell'agenzie (15 su 22). Tendenzialmente questa scelta, che nel senso di assicurare modalità agevoli, facilmente conoscibili, per mettersi in contatto con l'ente è più diffusa al crescere della dimensione delle agenzie, ma anche ad una organizzazione più sviluppata delle funzioni di comunicazione. E' più diffusa nelle regioni del centro e del sud.

Delle 15 agenzie che hanno un numero dedicato (in realtà in due casi si tratta di diversi interni), solamente 3 (Piemonte, Toscana e Calabria) mettono a disposizione del pubblico un numero verde.

| NUMERO TELEFONO URP DEDICATO | | | |
|-------------------------------------|-----------|-----------|------------|
| Per dimensione dell'Agenzia | si | no | tot |
| <= 200 | 2 | 3 | 5 |
| >200<=500 | 7 | 3 | 10 |
| >500<=1000 | 3 | | 3 |
| >1000 | 3 | 1 | 4 |
| | 15 | 7 | 22 |

| Per organizzazione comunicazione | si | no | tot |
|--|-----------|-----------|------------|
| 1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture) | 4 | 3 | 7 |
| Più strutture con competenze articolate | 5 | 2 | 7 |
| Un'unica struttura dedicata | 6 | 2 | 8 |
| | 15 | 7 | 22 |

| Per zona del Paese | si | no | tot |
|---------------------------|-----------|-----------|------------|
| Nord | 4 | 5 | 9 |
| Centro | 4 | 1 | 5 |
| Sud e Isole | 7 | 1 | 8 |
| | 15 | 7 | 22 |

Di seguito proponiamo i numero dedicati delle agenzie e gli orari nei quali a questi numeri si assicura una risposta al pubblico.

| Agenzia | Numero telefonico | Orario di apertura al pubblico | n. contatti 2014 |
|----------------------------|--|---|-------------------------|
| Arpa Basilicata | 0971 656223/656260 | orario d'ufficio | nd |
| Arpa Calabria | 800331929 | lunedì-venerdì 9:00-14:00 | 2.016 |
| Arpa Campania | 0812326419 – 228 – 227 – 268 | Non precisato | nd |
| Arpa Emilia Romagna | Telefoni delle diverse sezioni/strutture | Orari variabili tra sezioni e strutture (normalmente 9,00-17,00) | nd |
| Arpa Friuli Venezia Giulia | 0432 1918050 | lunedì-venerdì (orario non precisato) | nd |
| Arpa Lazio | 06 48054210 | lunedì-venerdì 9:00-13:00 | 200 |
| Arpa Liguria | 010 6437295 | lunedì-venerdì 9:00-13:00 martedì e giovedì 14:00-17:00 | 421 |
| Arpa Lombardia | 02 69666214 | lunedì-venerdì 9:00-13:00 | 1.000 |
| Arpa Marche | 071 2132733 | lunedì-venerdì (orario d'ufficio) | 50 |
| Arpa Molise | 0874 492648 | lunedì-venerdì 9:00-14:00 lunedì e mercoledì 15:00-17:30 | nd |
| Arpa Piemonte | 800518800 | lunedì martedì giovedì venerdì 10:00- 12:00 mercoledì 14:00-16:00 | 3.104 |
| Arpa Puglia | 0805460350 | orario d'ufficio | 300 |
| Arpa Sardegna | 070271681 295 - 280 - 236 | lunedì-venerdì 8:00-14:00 lunedì-giovedì 15:00-18:00 | nd |
| Arpa Sicilia | 3204391368 | lunedì martedì giovedì venerdì 10:00- 12:00 mercoledì 16:00-17:30 | nd |
| Arpa Toscana | 800800400 | lunedì-venerdì 9:00-13:00 lunedì-giovedì 14:00-18:00 | 3.838 |
| Arpa Veneto | 049 8239360 | lunedì - venerdì 9:00-12:00 mercoledì 15.00 - 17.00 | 2.578 |
| Ispra | 06 50074832 | Non precisato | nd |

L'orario di apertura al pubblico varia da un minimo di 14 ore settimanali ad un massimo di 42 (anche se quest'ultimo caso è relativo ad una delle agenzie che ha dichiarato di dedicare al servizio più numeri interni).

Fra le agenzie che hanno affermato di avere uno o più numeri dedicati alle relazioni con il pubblico solamente 9 hanno poi fornito il numero di contatti telefonici gestiti nel 2014. In quattro casi i

numeri sono piuttosto contenuti, fra 50 e 300 complessivi nell'anno. Negli altri si va da un minimo di circa mille al massimo di quasi quattromila. Una così grande difformità indica probabilmente che modalità e criteri di rilevazione sono disomogenei tra le diverse agenzie.

Alcune pubblicano anche sul Web questi dati (Arpa [Piemonte](#), [Sicilia](#), [Toscana](#)) Fra l'altro, l'aver potuto fornire numeri così puntuali indica una modalità di organizzazione che prevede una specifica registrazione dei contatti stessi in apposite banche dati, che poi permettono di analizzare l'andamento di tale servizio.

Nella maggior parte delle agenzie (14 su 22) è emersa l'esigenza di predisporre delle FAQ (Frequently Asked Questions) ambientali sui quesiti ricorrenti da parte dei cittadini, generalmente messe a disposizioni sul sito web, in diversi casi con una apposita sezione, in altri spalmate fra i diversi temi ambientali.

| | |
|---------------------|---|
| Appa Bolzano | http://www.provincia.bz.it/agenzia-ambiente/service/faq.asp |
| Appa Trento | sono inserite in alcune sezioni (es terre e rocce di scavo) http://www.appa.provincia.tn.it/binary/pat_appa/Terre_rocche_da_scavo/FAQ_14_12_2012.1355736490.pdf |
| Arpa Emilia Romagna | sono inserite in alcune sezioni (es amianto) http://www.arpa.emr.it/dettaglio_generale.asp?id=1383&idlivello=1096 |
| Arpa Liguria | http://www.arpal.gov.it/faq.html |
| Arpa Lombardia | http://ita.arpalombardia.it/ITA/urp/faq.asp |
| Arpa Molise | sono inserite in alcune sezioni (es aria) http://www.arpamolise.it/Comunicazione/faq/aria/faq_aria.php |
| Arpa Puglia | sono inserite in alcune sezioni (es fitosanitari) http://www.arpa.puglia.it/web/guest/faq_fitosanitari?resultGroupId=10125 |
| Arpa Sicilia | http://www.arpa.sicilia.it/urp/frequently-asked-questions/ |
| Arpa Toscana | http://www.arpato.toscana.it/urp/risposte-a-domande-frequenti |
| Arpa Umbria | http://www.arpa.umbria.it/pagine/faq-servizi |
| Arpa Valle d'Aosta | http://www.arpa.vda.it/it/domande-frequenti |
| Arpa Veneto | sono inserite in alcune sezioni (es radon) http://www.arpa.veneto.it/temi-ambientali/agenti-fisici/radiazioni-ionizzanti/radon/faq-domande-e-risposte-sul-radon |
| Ispra | sono inserite in alcune sezioni (es biodiversità) http://www.isprambiente.gov.it/it/temi/biodiversita/le-domande-piu-frequenti-sulla-biodiversita |

Più o meno le stesse agenzie che hanno un numero dedicato alle attività di relazioni con il pubblico hanno anche una casella mail con la stessa funzione (in un caso – [Lombardia](#) - invece di una casella mail questa funzione è svolta da una form online collegato ad un applicativo di gestione dei contatti con il pubblico (alcune agenzie ([Toscana](#) e [Veneto](#)) hanno sia la mail che la form.

Anche in questo caso, come per i contatti telefonici, è stato richiesto nel questionario di indicare i contatti avuti nel 2014. Di seguito gli indirizzi forniti dalle diverse agenzie ed a fianco il numero di contatti registrati nel 2014, complessivamente circa quindicimila, attraverso questo mezzo:

| Agenzia | mail | n. contatti 2014 |
|----------------------------|--|-------------------------|
| Arpa Basilicata | urp@arpab.it | 70 |
| Arpa Calabria | urp@arpacal.it | 812 |
| Arpa Campania | info@arpacampania.it | 2.832 |
| Arpa Emilia Romagna | urpdg@arpa.emr.it | 300 |
| Arpa Friuli Venezia Giulia | urp@arpa.fvg.it | nd |
| Arpa Lazio | rappresentanza@arpalazio.it | 161 |
| Arpa Liguria | info@arpal.gov.it | 899 |
| Arpa Lombardia | form on line Arpa Lombardia | 3.287 |
| Arpa Marche | arpam.comunicazione@ambiente.marche.it | 54 |
| Arpa Molise | urp@arpamolise.it | nd |
| Arpa Piemonte | urp@arpa.piemonte.it | 2.046 |
| Arpa Puglia | info@arpa.puglia.it | 1.577 |
| Arpa Sicilia | comunicando@arpa.sicilia.it | nd |
| Arpa Toscana | urp@arpat.toscana.it | 1.358 |
| Arpa Veneto | urp@arpa.veneto.it | 1.466 |
| Ispra | urp@isprambiente.it | 865 |

La diffusione di notizie attraverso newsletter e riviste

Uno degli strumenti di comunicazione più diffusi dalle aziende e dagli enti è costituito dall'invio di notiziari (newsletter) via mail a indirizzari di persone interessate ai prodotti/servizi realizzati, oltre alla pubblicazione delle stesse notizie sui propri siti Web.

In campo ambientale, gli argomenti da trattare sono innumerevoli e spaziano dalle attività svolte da parte delle agenzie, con un'attenzione particolare al controllo ambientale svolto sul territorio, a temi ed approfondimenti di carattere generale sulle diverse problematiche dell'ambiente, anche in relazione agli studi prodotti anche dall'Agenzia Europea per l'Ambiente e/o da altre organizzazioni.

Solamente 8 agenzie hanno dichiarato di avere un proprio notiziario 2 (Appa Trento e Veneto) però si limitano a pubblicarlo sul proprio sito Web) con una frequenza abbastanza diversificata (dal quotidiano di ARPA Toscana al bimensile di Arpa Basilicata). Su 6 agenzie che diffondono i propri notiziari via mail la maggior parte lo fanno a indirizzari piuttosto contenuti (meno di 1000 destinatari). Solamente ISPRA e Arpa Toscana lo fanno nei confronti di un numero di destinatari più consistente e su scala nazionale (amministratori e funzionari di enti locali e nazionali, media, associazioni e comitati di cittadini, sindacati e categorie economiche, università e ricerca, ecc.

Per quanto riguarda le fonti delle notizie, in genere sono ad ampio raggio: Agenzia stessa, Altre agenzie ambientali italiane, Agenzia Europea per l'Ambiente, altri enti / istituzioni nazionali (ISS, Istat, Ministero dell'Ambiente, ecc.) ed europee, Regione ed enti locali, Associazioni ambientaliste)

In ogni caso questi notiziari sono disponibili online ai seguenti indirizzi:

| Agenzia | Nome del notiziario | periodicità | Numero destinatari (se inviato via mail) |
|-----------------|----------------------------------|--------------------|---|
| Appa Bolzano | News ambiente | irregolare | 120 |
| Appa Trento | Newsletter | settimanale | Solo Web |
| Arpa Basilicata | ARPAB informa | bimensile | 40 |
| Arpa Marche | ARPAM newsletter | quindicinale | 600 |
| Arpa Toscana | ARPATnews | quotidiana | 84.000 |
| Arpa Veneto | ARPAV informa | mensile | Solo Web |
| Arta Abruzzo | ARTA informa | mensile | 500 |
| Ispra | Newsletter Ispra | mensile | 5.500 |

Partendo da queste esperienze il GdL Comunicazione del SNPA sta lavorando alla messa a punto di un notiziario periodico del SNPA (Ispra-Appa-Arpa).

Ancora più ridotto il numero di Agenzie che pubblicano una propria rivista, che richiede uno sforzo editoriale notevole, disponibile sia online che in formato cartaceo (ad eccezione di quello dell'Arpa Campania). Sono solamente 4 (Arpa Campania, Emilia Romagna, Umbria ed Ispra).

| Agenzia | Nome del notiziario | periodicità | Numero destinatari |
|---------------------|--|--------------------|---------------------------|
| Arpa Campania | Arpa Campania Ambiente | quindicinale | 700 |
| Arpa Emilia Romagna | Ecoscienza | bimestrale | 3.000 |
| Arpa Umbria | Micron | quadrimestrale | 1.000 |
| Ispra | Ideambiente | bimestrale | 2.000 |

Il sito Web

Tutte le agenzie ambientali hanno un loro sito Web e quasi in tutte le agenzie i settori che si occupano di comunicazione ne gestiscono i contenuti e/o contribuiscono alla loro gestione.

| | |
|----------------------------|--|
| APPA Bolzano | www.provincia.bz.it/agenzia-ambiente |
| APPA Trento | www.appa.provincia.tn.it |
| ARPA Basilicata | www.arpab.it |
| ARPA Calabria | www.arpacal.it |
| ARPA Campania | www.arpacampania.it |
| ARPA Emilia Romagna | www.arpa.emr.it |
| ARPA Friuli Venezia Giulia | www.arpa.fvg.it |
| ARPA Lazio | www.arpalazio.gov.it |
| ARPA Liguria | www.arpal.gov.it |
| ARPA Lombardia | www.arpalombardia.it |
| ARPA Marche | www.arpa.marche.it |
| ARPA Molise | www.arpamolise.it |
| ARPA Piemonte | www.arpa.piemonte.it |
| ARPA Puglia | www.arpa.puglia.it |
| ARPA Sardegna | www.sardegnaambiente.it/arpas |
| ARPA Sicilia | www.arpa.sicilia.it |
| ARPA Toscana | www.arpat.toscana.it |
| ARPA Umbria | www.arpa.umbria.it |
| ARPA Valle d'Aosta | www.arpa.vda.it |
| ARPA Veneto | www.arpa.veneto.it |
| ARTA Abruzzo | www.artaabruzzo.it |
| ISPRA | www.isprambiente.gov.it |

Il sito Web è generalmente gestito attraverso un CMS (*Content management system*) cioè un apposito software il cui compito è facilitare la gestione dei contenuti di siti web, svincolando chi ne cura la redazione da conoscenze tecniche specifiche di programmazione Web. Proprio grazie all'utilizzo di questi sistemi è più agevole assicurarne la gestione da parte di chi in agenzia si occupa di comunicazione e da incaricati appartenenti alle diverse strutture responsabili dei singoli tematismi..

Prevalentemente sono impiegati CMS *open source*, e fra questi il maggior numero di agenzie utilizza “[Plone](#)” (Ispra, Arpa Piemonte, Toscana, Veneto e presto anche Emilia Romagna.), che è il medesimo software con il quale viene gestito anche il sito dell’Agenzia Europea per l’Ambiente (EEA). In Valle d’Aosta, Marche e Calabria si utilizza “[Joomla](#)” ed in Sicilia “[Wordpress](#)”. In altre agenzie sono invece utilizzati sistemi meno diffusi o proprietari.

La diffusione dei dati ambientali

Nella maggior parte delle regioni il Sistema Informativo Regionale Ambientale (SIRA), cioè le banche dati ambientali in cui vengono raccolti, organizzati e messi a disposizione i dati ambientali, è gestito dall'agenzia regionale. In alcune, invece, questa funzione è svolta direttamente dall'ente regionale (o provinciale) che pubblica specifici siti dedicati ai dati ambientali.

Laddove il SIRA fa capo all'agenzia i dati sono quasi sempre pubblicati nell'ambito del sito Web istituzionale con una macrosezione ed un indirizzo dedicato.

Talvolta vi sono poi sezioni specifiche nelle quali si mettono a disposizione *open data*, in altri gli open data ambientali sono disponibili nei portali regionali degli open data.

Il quadro che emerge è estremamente frastagliato, con modalità molto diversificate di presentazione dei dati, spesso niente affatto *user friendly*, con dizioni, architetture e sistemi di interrogazione molto diversi gli uni dagli altri.

Di seguito un quadro riepilogativo (non del tutto esaustivo) delle risorse messe a disposizione nelle diverse regioni (senza per ora introdurre la distinzione – comunicativamente fondamentale – tra App e web App).

| Agenzia | SIRA – dati ambientali – open data |
|----------------------------|---|
| APPA Bolzano | <ul style="list-style-type: none"> • http://www.provincia.bz.it/agenzia-ambiente/service/informazioni-ambientali.asp |
| APPA Trento | <ul style="list-style-type: none"> • dati.trentino.it |
| ARPA Basilicata | <ul style="list-style-type: none"> • http://dati.regione.basilicata.it/catalog/organization/arpab |
| ARPA Calabria | <ul style="list-style-type: none"> • http://www.arpacal.it/index.php/temi-ambientali |
| ARPA Campania | <ul style="list-style-type: none"> • http://www.arpacampania.it/web/guest/55 • http://balneazione.arpacampania.it/balneazione/ |
| ARPA Emilia Romagna | <ul style="list-style-type: none"> • http://dati.emilia-romagna.it/ • http://www.arpa.emr.it/dettaglio_generale.asp?id=2615&idlivello=1521 |
| ARPA Friuli Venezia Giulia | <ul style="list-style-type: none"> • http://www.arpaweb.fvg.it/ba/gmapsba.asp • http://www.arpaweb.fvg.it/qagis/gmapsqa.asp • https://www.dati.friuliveneziagiulia.it/ |
| ARPA Lazio | <ul style="list-style-type: none"> • http://www.arpalazio.gov.it/ambiente/acqua/dati.htm • http://www.arpalazio.gov.it/ambiente/aria/dati.htm |
| ARPA Liguria | <ul style="list-style-type: none"> • http://www.ambienteinliguria.it/ |
| ARPA Lombardia | <ul style="list-style-type: none"> • http://www2.arpalombardia.it/sites/QAria/layouts/15/QAria/IDati.aspx?v=2 • http://ita.arpalombardia.it/ita/servizi/servizi2.asp • https://www.dati.lombardia.it |
| ARPA Marche | <ul style="list-style-type: none"> • http://www.arpa.marche.it/index.php/mare/balneazione1 • http://www.arpa.marche.it/index.php/qualita-dell-aria-oggi |
| ARPA Molise | <ul style="list-style-type: none"> • http://151.99.174.16/mapserver.html |
| ARPA Piemonte | <ul style="list-style-type: none"> • http://webgis.arpa.piemonte.it/geoportale/ |
| ARPA Puglia | <ul style="list-style-type: none"> • http://www.arpa.puglia.it/web/guest/qariainq • http://dati.arpa.puglia.it/ |

| | |
|--------------------|---|
| ARPA Sardegna | <ul style="list-style-type: none"> • www.sardegnaambiente.it (progetto SIRA in corso) |
| ARPA Sicilia | <ul style="list-style-type: none"> • http://www.arpa.sicilia.it/storage/#titoloinizio |
| ARPA Toscana | <ul style="list-style-type: none"> • www.arpat.toscana.it/dati-e-mappe/ • sira.arpat.toscana.it |
| ARPA Umbria | <ul style="list-style-type: none"> • http://www.arpa.umbria.it/pagine/bollettini • http://www.arpa.umbria.it/open-data.aspx • http://apps.arpa.umbria.it/indicatoriambientali/ |
| ARPA Valle d'Aosta | <ul style="list-style-type: none"> • http://www.arpa.vda.it/it/rete-di-monitoraggio-della-qualita-dellaria/inquinanti-export-dati |
| ARPA Veneto | <ul style="list-style-type: none"> • http://www.arpa.veneto.it/dati-ambientali |
| ARTA Abruzzo | <ul style="list-style-type: none"> • http://sira.artaabruzzo.it/ • http://www.artaabruzzo.it/applications/balneazione/ |
| ISPRA | <ul style="list-style-type: none"> • www.sinanet.isprambiente.it/ • http://www.isprambiente.gov.it/it/amministrazione-trasparente/altri-contenuti/g8-open-data/open-data-ispra |

Informazioni ambientali sulle APP

Con l'amplissima diffusione di smartphone e tablet che negli ultimi anni ha interessato anche il nostro Paese, sono entrate nell'uso comune anche le cosiddette APP, cioè le applicazioni pensate e realizzate per funzionare nel modo migliore su questi dispositivi mobili.

Le agenzie ambientali che hanno realizzato apposite APP sono 8, tutte del centro-nord. In alcuni casi si è messa a disposizione degli utenti una APP unica (Toscana, Umbria), in altri (ad esempio in Piemonte, Veneto) si è preferito mettere a punto una APP per ogni servizio (qualità dell'aria, balneazione, pollini, ecc.).

Ecco il quadro riepilogativo della situazione attuale:

| Agenzia | Servizi assicurati |
|--|--|
| Arpa Emilia Romagna | previsioni meteo, dati meteo in tempo reale, mappe radar meteo |
| Arpa Friuli Venezia Giulia | qualità dell'aria, acqua, rifiuti |
| Arpa Piemonte | rischi naturali, balneazione, esposizione alle radiazioni del cellulare, temporali |
| Arpa Toscana | qualità dell'aria, balneazione, pollini, notizie, dati e mappe, documentazione, contatti |
| Arpa Umbria | qualità dell'aria, pollini, acqua potabile, elettromagnetismo, Arpa Tv (video agenziali), news agenziali |
| Arpa Valle d'Aosta | dati sul quantitativo di neve |
| Arpa Veneto | meteo, balneazione, idrometria, qualità dell'aria, pollini, neve e valanghe |
| Ispra | Consumo di Suolo, specie aliene |

La presenza sui social media

Per le agenzie ambientali, come per molte aziende ed enti, il Web è il principale canale di comunicazione e informazione ambientale.

Uno sforzo particolare viene sempre più rivolto verso il cosiddetto [Web 2.0](#), quell'insieme cioè di applicazioni che rendono più agevole l'interazione e la condivisione di contenuti tra il sito Web e l'utente, creando veri e propri [social network](#) o meglio [social media](#).

In questo sforzo però non si dimenticano mai le caratteristiche peculiari delle agenzie, che sono enti tecnici, che hanno come propri compiti istituzionali il controllo ed il monitoraggio dell'ambiente e la raccolta, organizzazione e diffusione di informazioni ambientali.

Per questo ci si è orientati in particolare verso quei social media che possono essere più opportunamente utilizzati per diffondere notizie, dati, documenti, immagini, video, raccolti o realizzati nell'ambito delle proprie attività.

Maggiore cautela sia ha verso piattaforme che invece sono più efficaci nell'ambito della diffusione e della condivisione di opinioni, punti di vista, emozioni piuttosto che di dati oggettivi.

In questo modo si rendono disponibili informazioni e dati ambientali anche ad utenti che difficilmente visiterebbero i siti Web istituzionali delle agenzie, ed al contempo si cerca di promuovere la logica collaborativa tipica dei social media per un effetto "tam tam" che può essere specialmente utile per le situazioni di emergenza ambientale.

Anche in termini quantitativi, cioè di persone raggiunte attraverso questi canali di comunicazione, i dati che si rilevano ed indicati nelle tabelle delle seguenti pagine mostrano l'utilità di stare sui social.

Con queste premesse, l'indagine effettuata ha coerentemente rilevato che la presenza maggiore delle agenzie nel campo dei social si ha su **Twitter**, dove sono attualmente presenti 15 agenzie. Per quanto riguarda le APPA di Bolzano e Trento, non hanno propri account sui social, ma le notizie ambientali sono veicolate dagli account ufficiali delle provincie autonome su Twitter, Facebook e YouTube.

Si tratta, infatti, di un mezzo di comunicazione molto efficace, che può essere facilmente utilizzato, anche direttamente da smartphone, per fornire in modo assai tempestivo informazioni, ed interagire direttamente, anche in relazioni ad interventi compiuti dall'Agenzia per varie situazioni fra le quali appunto, i casi di emergenza ambientale.

Nella seguente tabella (nella quale è riportata la situazione aggiornata all'1 settembre 2015) c'è una fotografia che riflette momenti diversi di presenza su Twitter (in alcuni casi iniziata da poco, in altri di lungo periodo), e strategie diverse (ad esempio il numero di following, cioè di altri utenti seguiti); numeri infatti molto alti indicano o una notevole capacità organizzativa per assicurare una necessaria interazione, ovvero un 'seguire' puramente formale, anche se l'utilizzo delle liste aiuta molto in questo. In alcuni casi sono presenti anche account relativi a specifici servizi o settori di attività.

Molto diversi sono anche i risultati in termini di 'popolarità', ma in ogni caso si tratta di una realtà in continua evoluzione, verso la quale è indispensabile grande attenzione, considerando le enormi potenzialità che presenta, specialmente in un ambito, quale quello ambientale dove c'è grande esigenza di diffondere informazioni e di favorire il dialogo e la partecipazione.

In ogni caso va evidenziato che complessivamente gli account Twitter alla data della rilevazione hanno quasi 35.000 follower. A tale proposito, il GdL Comunicazione del SNPA sta lavorando per la definizione di una policy condivisa per la gestione dei social media, a partire da una condivisione degli hashtag.

| Account delle agenzie ambientali su Twitter | | iscritto | Tweet | Following | Follower | preferiti | liste | |
|---|------------------------------------|----------|--------------------------------|-----------|----------|-----------|-------|--|
| ARPA Calabria | @ArpaCalabria | giu-13 | 576 | 25 | 402 | 1 | - | |
| ARPA Calabria (CFM) | @Cfm_Arpacal | gen-14 | 478 | 60 | 86 | 157 | - | |
| ARPA Emilia Romagna | @ArpaER | lug-12 | 2.755 | 444 | 3.559 | 34 | 2 | |
| ARPA FVG (aria) | @arpafvg_aria | set-13 | 331 | 30 | 305 | 3 | - | |
| ARPA FVG (meteo) | @meteo_fvg | mar-13 | 3.142 | 9 | 442 | 2 | - | |
| ARPA Lazio | @ARPALazio | lug-15 | 249 | 97 | 146 | 76 | - | |
| ARPA Liguria | @Arpal_Liguria | lug-12 | Al momento account non gestito | | | | | |
| ARPA Liguria (meteo) | @ARPAL_meteoromare | apr-11 | 1.964 | 43 | 2.368 | - | - | |
| ARPA Liguria (pollini) | @ARPAL_pollini | giu-11 | 184 | 12 | 388 | - | - | |
| Arpa Liguria (rischio meteo) | @ARPAL_rischiome | mar-14 | 679 | 5 | 1.920 | 1 | - | |
| ARPA Lombardia | @arpalombardia | gen-13 | 933 | 424 | 2.428 | 84 | 7 | |
| ARPA Marche (Oss. epidemiologico) | @SEAARPAM | ott-11 | 2.372 | 116 | 230 | 1 | - | |
| ARPA Piemonte | @ArpaPiemonte | nov-11 | 2.161 | 126 | 3.388 | 1 | - | |
| ARPA Puglia | @arpapuglia | dic-12 | 22 | 95 | 258 | - | - | |
| ARPA Sicilia | @ARPASicilia | giu-13 | 2.740 | 1.643 | 1.762 | 89 | 6 | |
| ARPA Toscana | @arpatoscana | gen-12 | 12.400 | 1.268 | 3.548 | 1.179 | 34 | |
| ARPA Umbria | @arpaumbria | ott-14 | 1.648 | 332 | 619 | 2 | - | |
| ARPA Valle d'Aosta | @ArpaValledAosta | mag-14 | 145 | 163 | 319 | 10 | - | |
| ARPA Veneto | @arpaveneto | apr-14 | Al momento account non gestiti | | | | | |
| ARPA Veneto (uff. stampa) | @arpavstampa | mar-10 | | | | | | |
| ARPA Friuli Venezia Giulia | @ARPAFVG | nov-10 | 1.038 | 112 | 294 | 327 | - | |
| ISPRA | @ISPRA_Press | feb-12 | 5.802 | 3.090 | 12.100 | 7.695 | 5 | |

Per quanto riguarda **Facebook**, che sicuramente è la piattaforma social sulla quale sono presenti il maggior numero di utilizzatori, anche se fortemente caratterizzato da relazioni interpersonali, un luogo cioè dove più facilmente si sviluppano interazioni di carattere amicale, emozionale, piuttosto che di tipo oggettivo - informativo, vi è una presenza significativa da parte di 11 agenzie; tale presenza si concretizza per quasi tutte in una pagina istituzionale (la cui visibilità è misurabile attraverso i cosiddetti “mi piace”).

Anche in questo caso si è scattata una fotografia della situazione all’1 settembre 2015, riportata nella seguente tabella, da cui risultano complessivamente oltre 20.000 contatti (mi piace).

| Account delle agenzie ambientali su Facebook | | Mi piace |
|---|---|-----------------|
| ARPA Calabria | https://www.facebook.com/pages/Arpacal | 466 |
| ARPA Friuli V. Giulia (LaREA) | https://www.facebook.com/pages/LaREA-Laboratorio-Regionale-di-Educazione-Ambientale | 595 |
| ARPA Friuli V. Giulia (Osmer) | https://www.facebook.com/meteo.fvg | 4.066 |
| ARPA Lazio | https://www.facebook.com/arpalazio | 4.596 |
| ARPA Liguria | https://www.facebook.com/ArpaLiguria | 6.230 |
| ARPA Marche (Oss. Epidemiologico) | https://www.facebook.com/pages/OEA-Osservatorio-Epidemiologico-Ambientale-Regione-Marche | 106 |
| ARPA Sicilia | https://www.facebook.com/pages/ARPA-Sicilia-Agenzia-Regionale-Protezione-Ambiente-Pagina-Ufficiale | 1.357 |
| ARPA Toscana (ARPATnews) | https://www.facebook.com/redazione.arpnews | 416 |
| ARPA Umbria | https://www.facebook.com/pages/Arpa-Umbria | 183 |
| ARPA Veneto | https://www.facebook.com/arpaveneto | 1.541 |
| ISPRA | https://www.facebook.com/pages/Ispra-Istituto-Superiore-per-la-Protezione-e-la-Ricerca-Ambientale | 3.806 |

Un altro social affermatosi nel suo campo, quello dei filmati, è sicuramente **YouTube**. È il terzo sito più visitato al mondo dopo Google e Facebook. Una piattaforma specificamente destinata a condividere video. Anche in questo caso sono 10 le agenzie che hanno un loro canale, con una sensibile diverso livello di presenza. Ovviamente qui incide molto l'aspetto relativo alla possibilità di produrre materiali pubblicabili. Spicca nettamente la presenza di Ispra che ha uno specifico settore nell'ambito della Comunicazione in grado di produrre video.

Fra i temi in discussione nel GdL Comunicazione, ci sarà anche quello di “mettere in rete” questa esperienza, ed altre analoghe, anche a supporto di agenzie che hanno maggiori difficoltà, considerando l'efficacia comunicativa delle immagini in movimento.

| Account delle agenzie ambientali su YouTube | | Data attivazione | Video | Iscritti | Visualizzazioni |
|---|---|------------------|-------|----------|-----------------|
| APPA Trento | https://www.youtube.com/user/APPATrento | gen-2012 | 3 | 1 | 2.379 |
| ARPA Calabria | https://www.youtube.com/user/ArpaCalabria | ott-2009 | 13 | 3 | 6.863 |
| ARPA Emilia Romagna | https://www.youtube.com/user/ArpaER | nov-2012 | 6 | 51 | 3.254 |
| ARPA Friuli V. Giulia (LaREA) | http://www.youtube.com/user/LaReaFVG | mar-2011 | 90 | 38 | 45.874 |
| ARPA Piemonte | http://www.youtube.com/arpapiemonte | giu-2010 | 199 | 95 | 27.791 |
| ARPA Toscana | http://www.youtube.com/arpatoscana | gen-2011 | 78 | 52 | 21.868 |
| ARPA Umbria | https://www.youtube.com/user/ArpaUmbria | mar-2011 | 147 | 31 | 11.080 |
| ARPA Veneto | https://www.youtube.com/user/arpaveneto | mar-2010 | 74 | 27 | 23.511 |
| | https://www.youtube.com/user/videoarpav | gen-2011 | 41 | 31 | 17.105 |
| ISPRA | https://www.youtube.com/user/ISPRAVIDEO | gen-2011 | 1.130 | 492 | 181.849 |

Sul versante invece di carattere documentale si collocano altri due social, **Issuu** e **Slideshare**, il primo è un servizio Web che permette di caricare materiale digitale per la visualizzazione di documenti libri, riviste, giornali e altri media stampati.

Si integra con i siti di reti sociali per promuovere il materiale caricato. In particolare rende agevole la consultazione dei documenti, caricati prevalentemente in formato pdf, rendendoli sfogliabili, come quando si legge un libro.

Inoltre è particolarmente comodo perché permette di visualizzare agevolmente anche documenti particolarmente pesanti (anche di centinaia di pagine), non facilmente scaricabili in assenza di connessioni veloci.

Slideshare ha caratteristiche analoghe, ma è più specializzato nell'ambito delle presentazioni (slide).

Sono sette le agenzie che utilizzano Issuu, e la sola Arpa Piemonte è presente su entrambe. Anche in questo caso si riescono a raggiungere livelli interessanti di informazione, sulla base delle statistiche che il sistema mette a disposizione, ad esempio ARPA Toscana ha sinora raggiunto oltre 108.000 visualizzazioni delle proprie pubblicazioni (report ambientali, schede informative, ecc.).

| Account delle agenzie ambientali su Issuu e Slideshare | | pubblicazioni | follower |
|---|---|----------------------|-----------------|
| ARPA Campania | http://issuu.com/arpa-campania-ambiente | 70 | 13 |
| ARPA Emilia Romagna | http://issuu.com/arpaer | 28 | 7 |
| ARPA Emilia Romagna (Ecoscienza) | http://issuu.com/ecoscienza | 34 | 61 |
| ARPA Piemonte | http://issuu.com/arpapiemonte | 82 | 22 |
| | http://www.slideshare.net/Arpa_Piemont | 21 | 7 |
| ARPA Toscana | http://issuu.com/arpatoscana | 87 | 33 |
| ARPA Umbria | http://issuu.com/arpaumbria | 16 | 3 |
| ARPA Veneto | http://issuu.com/arpavinforma | 9 | 7 |
| ISPRA (ufficio stampa) | http://issuu.com/isprapress | 29 | 3 |

Le immagini, non più in movimento, ma statiche, cioè le foto, hanno essenzialmente due piattaforme social particolarmente diffuse, **Instagram** e **Flickr**.

In questo caso la presenza delle agenzie ambientali è molto ridotta. Fra l'altro la cosa è abbastanza strana, infatti la produzione di foto è molto più agevole tecnicamente rispetto a quella dei video e, anche nell'attività quotidiana di controllo ambientale delle agenzie, viene normalmente praticata dagli addetti.

Come è stato fatto da Arpa Toscana, le raccolte di foto che presentano le attività svolte dall'Agenzia (ad esempio il monitoraggio delle acque di balneazione dal campionamento in mare fino alle analisi in laboratorio, il campionamento delle emissioni di atmosfera ad un camino di una raffineria, i controlli in un sito inquinato in bonifica) oppure il racconto per immagini di singoli eventi di interesse ambientale (ad esempio l'intervento in caso di incendio di un impianto produttivo) hanno una significativa efficacia comunicativa.

| Account delle agenzie ambientali su Instagram e Flickr | | Data attivazione | foto | follower | Visualizzazioni |
|--|---|------------------|-------|----------|-----------------|
| ARPA Emilia Romagna | https://www.flickr.com/photos/diraffa2013/ | nd | 271 | 1 | nd |
| ARPA Toscana | https://www.flickr.com/photos/arpatoscana/ | 2012 | 1.464 | 23 | 301.407 |

Si registrano infine altre presenze sporadiche su ulteriori piattaforme social:

| Agenzia | piattaforma | tipologia contenuti pubblicati |
|------------------------------------|---|---|
| ARPA Friuli Venezia Giulia (LaREA) | https://vimeo.com | video |
| | https://soundcloud.com/ | musica e audio |
| ARPA Lombardia | https://www.periscope.tv/ | consente sia di effettuare dirette video da smartphone sia di accedere ai <i>streaming live</i> realizzati dagli altri utenti iscritti alla piattaforma |
| ISPRA | https://plus.google.com | testi, immagini, video |
| | https://it.pinterest.com/israpress/ispra/ | Immagini e video |
| ARPA Sicilia | https://www.linkedin.com | Collegamento con professionisti ed aziende |

L'indice di "influenza" sui social media misurato da Klout

Con l'avvento dei social media sta assumendo importanza sempre maggiore il concetto di "influenza" all'interno del Web. Con tale termine si intende in genere la capacità di qualcuno per la propria autorità, competenza, credibilità riconosciuta di "fare opinione", cioè di determinare o modificare le opinioni di un certo numero di persone.

Klout è un servizio che mediante un algoritmo punta a misurare il grado di influenza di chiunque abbia un profilo sui social media, assegnando punteggi in centesimi alle diverse modalità di interazione ('follower', 'mi piace', 'amici', 'citazioni', menzioni, condivisioni) dei social monitorati (Twitter, Facebook, Google+, Instagram, LinkedIn, ecc.).

Esprime un punteggio da 1 a 100 ma lavora con i centesimi (es. un utente che ha 64 in realtà avrà da 63,51 a 64,49). Tendenzialmente sono considerati bassi valori sino a 40. Una fascia di attività considerata buona, con utenti molto attivi, va da 40 a 60. Una fascia di attenzione è contenuta tra 60 e 70, cioè coloro che hanno una buona influenza e indice di attività nel proprio gruppo di contatti. Tra 70 e 80 rientrano coloro che nel proprio "paese o gruppo linguistico" sono considerati "portatori di opinione seguiti". Tra 80 e 90 rientrano coloro che sono considerati a livello "globale" influenti su temi e argomenti specifici. Oltre 90 rientrano gli opinion leader globali (tra questi le star dello spettacolo, Obama (99), i profili social delle maggiori testate mondiali come ad esempio Le Monde (97), in Italia La Repubblica (91).

Ad esempio la Direzione Ambiente della Commissione Europea registra un punteggio Klout di 60 e l'Agenzia Europea per l'Ambiente di 64.

Naturalmente un sistema di questo genere, determinato appunto da un algoritmo va preso con il beneficio dell'inventario, tuttavia può rappresentare un utile riferimento per capire se la presenza sui social sta in qualche modo avendo una rispondenza. Per questo proponiamo qui la fotografia della situazione degli account delle agenzie ambientali all'1 settembre 2015.

| KLOUT | | Punteggio |
|------------------------------|----------------------------------|-----------|
| ARPA Calabria | @ArpaCalabria | 41 |
| ARPA Calabria (CFM) | @Cfm_Arpacal | 40 |
| ARPA Emilia Romagna | @ArpaER | 49 |
| ARPA FVG (aria) | @arpafvg_aria | 40 |
| ARPA FVG (meteo) | @meteo_fvg | 32 |
| ARPA Lazio | @ARPALazio | 43 |
| ARPA Liguria | @Arpal_Liguria | 44 |
| ARPA Liguria (meteo) | @ARPAL_meteomare | 44 |
| Arpa Liguria (rischio meteo) | @ARPAL_rischiome | 44 |

| | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|----|
| ARPA Lombardia | @arpalombardia | 46 |
| ARPA Marche (Oss. epidemiologico) | @SEAARPAM | 35 |
| ARPA Piemonte | @ArpaPiemonte | 49 |
| ARPA Puglia | @arpapuglia | 41 |
| ARPA Sicilia | @ARPASicilia | 43 |
| ARPA Toscana | @arpatoscana | 54 |
| ARPA Umbria | @arpaumbria | 47 |
| ARPA Valle d'Aosta | @ArpaValledAosta | 41 |
| ARPA Veneto | @arpaveneto | 29 |
| ARPA Veneto (uff. stampa) | @arpavstampa | 36 |
| ARPA Friuli Venezia Giulia | @ARPAFVG | 42 |
| ISPRA | @ISPRA_Press | 54 |

Conclusioni

Nell'ambito delle attività del gruppo di lavoro "Comunicazione" del Sistema Nazionale della Protezione Ambientale (SNPA), è stato diffuso a tutte le agenzie ambientali un questionario sulle attività di comunicazione e informazione svolte (comunicazione interna, relazioni con il pubblico, relazioni con i media, comunicazione istituzionale, gestione siti Web e social media, produzione editoriale, organizzazione di eventi, immagine coordinata, ecc). e sulle relative modalità organizzative presenti nelle agenzie.

L'iniziativa, alla quale hanno partecipato tutte e 22 le agenzie del SNPA (Ispra-Appa-Arpa), si è conclusa con la redazione di questo report.

La situazione registrata è piuttosto diversificata fra le varie Agenzie. Solamente nel 36% dei casi si ha una organizzazione più matura, orientata a svolgere in modo integrato tutte le attività di comunicazione ed informazione rivolte ai diversi pubblici (personale, cittadini, *stakeholder*, media), con una struttura alla quale sono attribuite responsabilità relative a tutte le funzioni relative. Al contrario nel 32% dei casi, nelle agenzie di più piccole dimensioni, le funzioni di comunicazione sono svolte prevalentemente da parte di personale (1/2 unità in genere) inserito nelle segreterie dei direttori generali o di quelli tecnici. Nelle rimanenti situazioni le funzioni della comunicazione ed informazione sono articolate fra varie strutture (o addetti), anche dipendenti da diverse direzioni, con evidente condizione di difficile coordinamento. Complessivamente sono impegnati in queste attività circa 150 persone.

Praticamente tutte le agenzie producono regolarmente comunicati stampa, anche se con una frequenza che è piuttosto diversificata. Nel complesso sono stati diffusi nel 2014 circa mille comunicati stampa da parte delle agenzie ambientali.

Assicurare la gestione dei rapporti con il pubblico (URP) è uno dei compiti fondamentali del settore comunicazione di un qualsiasi ente, e quindi anche delle agenzie ambientali. Circa due terzi dell'agenzie (15 su 22) hanno un numero di telefono dedicato ai rapporti con i cittadini, solamente in tre casi si tratta di un numero verde. Più o meno le stesse agenzie che hanno un numero dedicato alle attività di relazioni con il pubblico hanno anche una casella mail con la stessa funzione. Complessivamente sono stati assicurati (ma i dati disponibili sono parziali) circa 30.000 contatti con il pubblico nel 2014.

Solamente 8 agenzie hanno dichiarato di avere un proprio notiziario periodico con una frequenza abbastanza diversificata (dal quotidiano al bimensile). Su 6 agenzie che diffondono i propri notiziari via mail la maggior parte lo fanno a indirizzari piuttosto contenuti (meno di 1000 destinatari). Partendo da queste esperienze il GdL Comunicazione del SNPA sta lavorando alla messa a punto di un notiziario periodico del SNPA (Ispra-Appa-Arpa). Solamente 4 le Agenzie che pubblicano una propria rivista, che richiede uno sforzo editoriale notevole e – se stampata – anche di carattere economico.

Tutte le agenzie ambientali hanno un loro sito Web. Per quanto riguarda da diffusione dei dati ambientali il quadro che emerge è estremamente frastagliato, con modalità molto diversificate di presentazione dei dati, spesso niente affatto *user friendly*, con dizioni, architetture e sistemi di interrogazione molto diversi gli uni dagli altri.

Le agenzie ambientali che hanno realizzato apposite APP per smartphone e tablet sono 8, tutte del centro-nord.

Per le agenzie ambientali, come per molte aziende ed enti, il Web è il principale canale di comunicazione e informazione ambientale. Per questo ci si è orientati in particolare verso quei social media che possono essere più opportunamente utilizzati per diffondere notizie, dati, documenti, immagini, video, raccolti o realizzati nell'ambito delle proprie attività.

L'indagine effettuata ha rilevato che la presenza maggiore delle agenzie nel campo dei social si ha su Twitter, dove sono attualmente presenti 15 agenzie, e le due APPA sono presenti sui profili social delle rispettive province autonome.

In ogni caso va evidenziato che complessivamente gli account Twitter alla data della rilevazione hanno quasi 35.000 follower. A tale proposito, il GdL Comunicazione del SNPA sta lavorando per la definizione di una policy condivisa per la gestione dei social media, a partire da una condivisione degli hashtag.

Per quanto riguarda Facebook, che sicuramente è la piattaforma social sulla quale sono presenti il maggior numero di utilizzatori, anche se fortemente caratterizzato da relazioni interpersonali, un luogo cioè dove più facilmente si sviluppano interazioni di carattere amicale, emozionale, piuttosto che di tipo oggettivo - informativo, vi è una presenza significativa da parte di 11 agenzie; tale presenza si concretizza in una pagina istituzionale (la cui visibilità è misurabile attraverso i cosiddetti "mi piace", che al 1° settembre sono complessivamente circa 24.000).

Altre presenze di agenzie ambientali si hanno su You Tube, Flickr, Instragram, Issuu, e alcuni social minori.

Sulla base dei risultati di questa indagine emerge chiaramente che la realtà delle agenzie ambientali nel campo della comunicazione e dell'informazione è molto variegata.

Le esperienze positive, sia pure importanti, attuate da alcune agenzie, non sono comunque sufficienti, per poter ottenere risultati rilevanti; occorre che tutto il Sistema Nazionale della Protezione Ambientale riesca ad acquisire maggiore visibilità ed efficacia comunicativa.

Per fare questo è indispensabile "fare squadra", cioè fare in modo che le agenzie mettano in comune le esperienze più avanzate e comunichino in modo coordinato facendo "massa critica", il GdL Comunicazione ha quindi molti temi su cui lavorare e dare il proprio contributo.